

<<服装出口贸易实务>>

图书基本信息

书名：<<服装出口贸易实务>>

13位ISBN编号：9787506483995

10位ISBN编号：7506483998

出版时间：2012-5

出版时间：中国纺织出版社

作者：张芝萍 编

页数：175

字数：234000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<服装出口贸易实务>>

前言

我国是世界上最大的服装出口国和生产国，服装出口占世界服装出口额的20%以上，占全国商品出口总值的10%以上。

纺织品服装出口企业达3万多家，因此，需要大批懂服装出口贸易操作的人才。

而服装产品因其特性，在样品准备、备货、检验、包装等诸多环节与其他产品在出口贸易操作过程中有诸多的不同，本书正是根据这一现实需要而编写的。

本书打破以知识体系为线索的传统编写模式，在对服装出口企业进行大量调研、分析的基础上，以一单服装出口业务的工作流程为主线，以工作任务为引领进行内容的设计和编排。

全书共设计九个学习情境，每个学习情境的组织结构为学习目标（包括能力目标、知识目标）、工作情景、任务描述、知识准备、操作示范、跟学训练及课外拓展。

在每个学习情境下，首先设立学习目标，让读者明确学习的能力目标和知识目标，接着围绕目标的实现设置相应的工作情景，然后布置任务，让读者带着任务去学习相应的知识，在具备相关知识后，先进行操作示范，然后让读者跟着进行训练，为了让读者进一步巩固所学知识和技能，开阔视野，还设置了课外拓展的内容。

总之，本书将从事服装出口贸易需要掌握的知识和技能包含在一个或几个具有代表性的任务中，使读者在完成一个个具体的工作任务中，掌握这些知识和技能。

强调“任务”的目标性和学习情境的创建，使读者带着真实的任务在探索中学习，激发学习兴趣，注意理论联系实际，注重职业技能和综合素质的培养，体现理论与实践的统一，通过学习，了解服装出口业务的工作流程，熟悉与出口业务相关的国际贸易惯例，掌握从事服装出口业务的基本技能和操作方法。

本书的课时安排是：服装出口交易前准备，4~6课时；服装出口价格的核算，8~10课时；服装出口合同条款的磋商——标的条款，4~6课时；服装出口合同条款的磋商——运输和保险条款，6~8课时；服装出口合同条款的磋商——支付条款，8~10课时；服装出口合同条款的磋商——检验及其他条款，4~6课时；服装出口合同的签订，4~6课时；服装出口合同的履行，8~10课时；服装出口业务善后，4~6课时。

本书由浙江纺织服装职业技术学院商学院的张芝萍教授任主编，负责全书的统稿及修改，并负责学习情境二和学习情境五的编写，浙江纺织服装职业技术学院商学院的卢素梅老师负责编写学习情境一、学习情境三和学习情境四，浙江纺织服装职业技术学院的滕紫娜老师负责编写学习情境六和学习情境八，浙江纺织服装职业技术学院的樊斐婕老师负责编写学习情境七和学习情境九。

本书在编写过程中，参考了同类教材和有关论著，在此，表示真诚的谢意，书中存在的不足之处，敬请各位专家、学者批评指正。

编者 2011年11月

<<服装出口贸易实务>>

内容概要

《服装高等教育“十二五”部委级规划教材：服装出口贸易实务》按照项目式教材编写方式编写，以服装外贸出口业务的工作流程为主线，设计九个学习情境。内容包括服装出口交易前准备、出口价格的核算、出口合同标的条款的磋商、出口合同运输和保险条款的磋商、出口合同支付条款的磋商、出口合同检验及其他条款的磋商、出口合同的签订、出口合同的履行和出口业务善后，具有较强的实践性、操作性和针对性。

《服装高等教育“十二五”部委级规划教材：服装出口贸易实务》可供高等院校服装专业、外贸专业和其他相关专业的学生学习使用，也可供成人院校相关专业的学生及有志于从事服装出口贸易的人员自学使用。

<<服装出口贸易实务>>

作者简介

张芝萍，浙江纺织服装职业技术学院教授，商学院院长。

<<服装出口贸易实务>>

书籍目录

学习情境一：服装出口交易前准备

- 一、学习目标
- 二、工作情景
- 三、任务描述
- 四、知识准备
- 五、操作示范
- 六、跟学训练
- 七、课外拓展

学习情境二：服装出口价格的核算

- 一、学习目标
- 二、工作情景
- 三、任务描述
- 四、知识准备
- 五、操作示范
- 六、跟学训练
- 七、课外拓展

学习情境三：服装出口合同条款的磋商——标的条款

- 一、学习目标
- 二、工作情景
- 三、任务描述
- 四、知识准备
- 五、操作示范
- 六、跟学训练
- 七、课外拓展

学习情境四：服装出口合同条款的磋商——运输和保险条款

- 一、学习目标
- 二、工作情景
- 三、任务描述
- 四、知识准备
- 五、操作示范
- 六、跟学训练
- 七、课外拓展

学习情境五：服装出口合同条款的磋商——支付条款

- 一、学习目标
- 二、工作情景
- 三、任务描述
- 四、知识准备
- 五、操作示范
- 六、跟学训练
- 七、课外拓展

学习情境六：服装出口合同条款的磋商——检验及其他条款

- 一、学习目标
- 二、工作情景
- 三、任务描述
- 四、知识准备

<<服装出口贸易实务>>

五、操作示范

六、跟学训练

七、课外拓展

学习情境七：服装出口合同的签订

一、学习目标

二、工作情景

三、任务描述

四、知识准备

五、操作示范

六、跟学训练

七、课外拓展

学习情境八：服装出口合同履行

一、学习目标

二、工作情景

三、任务描述

四、知识准备

五、操作示范

六、跟学训练

七、课外拓展

学习情境九：服装出口业务善后

一、学习目标

二、工作情景

三、任务描述

四、知识准备

五、操作示范

六、跟学训练

七、课外拓展

参考文献

<<服装出口贸易实务>>

章节摘录

学习情境一：服装出口交易前准备

一、学习目标

1?能力目标

(1) 能合理选择国内供应商

(2) 能正确选择国外需求商

(3) 能获取各种交易会信息

(4) 能收集各种样品

(5) 能与客户建立业务关系

2?知识目标

(1) 熟悉国际国内市场调查方法

(2) 了解寻找客户的途径

(3) 掌握收集样品的方法

二、工作情景

宁波威联进出口贸易有限公司 (NingboWeilianImportandExportTradingCo?Ltd) 成立于1991年, 主要经营各类服装, 公司在获得进出口经营权的前提下, 欲将羽绒服推向国外市场, 总经理张聚贤 (JuxianZhang) 将任务交给公司业务员陈明 (MingChen) 全权负责。

三、任务描述

工作任务一：国际国内市场调查

要求：根据上述背景资料, 从多角度进行羽绒服的国际市场调查, 寻找目标市场。

工作任务二：寻找客户

要求：比较多家经营羽绒服进口业务的国外公司, 锁定目标客户。

工作任务三：样品及出口文件准备

要求：制作羽绒服样品和产品宣传册, 为便于今后的产品介绍。

四、知识准备

在进行出口交易前, 为了正确地贯彻政策, 完成出口计划任务, 提高经济效益, 除应妥善安排和落实出口货源外, 还须做好必要的准备工作。

这些工作主要包括：选择适合的销售市场, 做到适销对路；找出成交可能性最大的合适客户, 在选择客户时, 要对其资信情况进行全面调查, 分类排队, 建立和发展客户关系；制定出口经营方案, 开展广告宣传以及商标注册等。

准备工作做得好与不好, 对出口计划的完成和每笔交易的成败有着密切的关系。

(一) 销售市场调研

不同的国家和地区的经济水平、文化、宗教信仰各不相同。

交易前, 需要对目标市场进行选择, 以便顺利进入市场, 推动业务的不断开展。

为了选择适当的销售市场, 应首先做好资料收集, 然后进行调查研究工作。

1?资料和信息收集

搜集资料的工作是调研工作的基础。

资料的主要来源有以下几个方面：各国的电讯、报刊杂志和相关专业性书刊；各国管理进出口贸易部门、银行、研究团体和商会定期或不定期发表的报告或材料；向国外商业咨询机构交纳一定的费用, 委托其调查或提供有关材料；通过我驻外机构或客户进行实地调查。

在日常业务活动中, 可通过来往的函电或者当面谈判, 分析客户的反映和市场动态等。

调研信息的主要来源有：一般性资料, 如一国官方公布的国民经济相关数据和资料, 内容包括国民生产总值、国际收支状况、对外贸易总量、通货膨胀率和失业率等。

国内外综合刊物。

委托国外咨询公司进行行情调查。

通过我国外贸公司驻外分支公司和商务参赞处, 在国外进行资料收集。

利用交易会、各种洽谈会和客户来华做生意的机会了解有关信息。

派遣专门的出口代表团、推销小组等进行直接的国际市场调研, 获得第一手资料。

网上查询：把企业名称输入, 看网上是否能查到 (查不到, 说明该公司实力不够强或为皮包公司) 及该企业网上登记的资料是否齐全等来判断企业情况。

2?研究分析

对国外销售市场调查研究, 应以各个具体的出口商品为对象, 了解各个市场的基本特点, 研究市场变动规律, 估计市场供求关系和价格的变动趋势。

(1) 对市场适销品种的研究

在国外同一销售市场上, 销售着各国同类的商品。

它们在品质、规格、花色品种、包装等方面都不完全相同, 对市场的适销情况也不一样。

我们应摸清这些不同品种对市场的适销情况, 特别要研究市场畅销、竞争商品的特点, 以便使出口商品更加适应市场的需要, 增强出口商品的适销性。

同时, 还要了解国外产品的先进生产技术和工艺水平, 听取国外经营者和消费者对出口商品品质、规格等方面的反馈和意见, 以便协助生产部门研究改进商品质量, 以利扩大出口。

(2) 对市场供求关系的研究

市场供求关系的变动, 对出口商品的销售和价格的制定有着直接的影响。

<<服装出口贸易实务>>

选择销售市场，应深入研究供求关系的变化。

国际市场商品供求关系的变化是极不平衡的，时而供过于求，时而供不应求。

但是，各种商品供求关系变动的趋势是受生产周期发展规律支配的。

同时，各种商品生产周期的长短、季节性变动、消费者的习惯偏好等多方面因素，对供求关系的变动也有一定的影响。

因此，研究各销售市场供求关系变化时，应在掌握其基本发展趋势的基础上，结合当前市场条件和我商品出口情况进行具体分析，搞清商品的供应来源和需求方向，以及供求的数量变化，做到比较确切地掌握市场容量和当前市场供求变化的特点，以便为出口商品选择最适当的销售市场，使商品在市场上立于不败之地。

(3) 对市场价格的研究 商品市场发生的种种变化，往往都会通过价格的波动表现出来。同时，价格的波动反过来又会影响市场的变动。

因此，对市场价格的研究，是我们对国外销售市场调研的主要内容之一。

国际市场价格是一个复杂的概念，要注意其特定含义。

研究国际市场的价格，首先要掌握价格变动的基本规律，特别是在估计价格的长期变动趋势时，更要注意价值和价格之间的变动关系。

国际市场价格的剧烈波动，除去受价值变动的作用外，还经常地受政治的、经济的和自然的多种因素的影响。

诸如市场供求关系的变化、垄断和竞争、投机性活动、国家的相关法律法规等，都会引起市场价格的波动。

对国外销售市场的调研，除了包括上述各项内容外，有关各个市场的商业习惯、销售渠道、市场竞争、消费者心理、当地的外贸管制法令、关税税率、航运港口等情况也属调查研究的范围。

为了做到心中有数，把生意做活，还应对我商品销售的可能性、存在的问题以及应采取的措施等进行认真分析。

3. 选择适当的目标销售市场 进行上述调查研究的重要目的之一，就是要选择适当的目标销售市场，以便确定商品出口的地理方向和市场布局。

在选择市场时，首先必须注意贯彻对外贸易方针政策，特别是国别（地区）政策。

在符合政策原则的前提下，也应注意出口经营的经济效益，其中包括销售数量的大小、价格的高低、现汇还是记账贸易等因素。

其次，要根据各个商品的具体情况和经营意图，对销售市场进行合理的布局，既要考虑到当前，又要考虑到未来的发展趋势。

在确定安排主销市场的同时，也要适当安排辅销市场，以便做到有主有辅，互相补充，避免在主销市场发生变化时，造成销售困难的被动局面。

但应注意，主销市场和辅销市场并非是固定不变的，随着各种情况的变化，它们在一定条件下是可以互相转化的。

再次，在安排销售市场时，应根据不同市场的特点，既要注意巩固传统市场，又要不断开辟新市场；既要注意抓当前销量较大的市场，也要注意转口量较大的市场。

总之，对市场的选择安排，应做到全面考虑，合理布局。

(二) 制定经营方案 为了做好交易前的准备工作，使对外洽商交易有所依据，一般都应事先制定经营方案，尤其是参加大型谈判，更需制定完整的经营方案。

出口商品经营方案，是根据对外贸易政策原则，在对市场调研研究的基础上，按照出口计划的要求，对某种商品（或某一类商品）在一定时期内出口推销的设想和全面安排，它是经营出口业务的依据。

目的是为了完成某种或某类的商品出口任务而确定经营意图、需要达到的最高或最低目标以及为实现该目标所应采取的策略、步骤和做法。

它是对外洽谈人员在工作中应遵循的依据。

经营方案一般包括如下内容：(1) 货源情况包括国内生产和供应状况，出口商品的品种、规格、包装等情况，以及需要解决的问题。

(2) 国外市场的情况包括对当前市场的分析和对今后一定时期内发展趋势的预测等。

<<服装出口贸易实务>>

(3) 出口经营情况包括前一个时期出口推销的情况及存在的问题, 并根据上述情况进行综合分析, 提出具体经营意见。

(4) 推销计划安排包括分国别(地区)、按品种、数量或金额列明推销的计划进度。

(5) 计划采取的措施包括对客户的利用、收汇方式的运用, 对价格、佣金和折扣的掌握等。

一般情况下, 对大宗商品或重点推销的商品应逐个制定商品经营方案; 对其他商品可以按商品大类制定经营方案; 对一些中小商品, 可以制定内容较为简单的价格方案, 仅对市场和价格提出分析意见, 并规定对各个地区的出口价格及其掌握的原则和幅度。

经营方案应该是主观意图和客观实际的统一, 但一个方案是否符合实际, 需要在实践过程中加以检验。

如在执行过程中发现不符合或不完全符合实际情况, 应做出新的判断, 并进行相应的调整。

执行方案的过程, 也是继续进行调查研究的过程。

(三) 样品采集 出口交易前, 首先应选择出口对象, 对于同类产品, 在颜色、样式、材料、款式等方面千差万别, 针对不同的销售市场和销售季节, 应选择不同的适销对路的出口产品, 因此, 服装样品的采集对于出口计划的执行至关重要。

经调查, 服装样品的采集方法主要有下面几种情况: 1? 厂家采集 厂家采集包括国内和国外厂家的产品采集, 可以搜索国内外的各种品牌的服装生产厂家, 对于国内厂家, 了解其生产的各种服装, 包括其各自的销售情况, 对大受欢迎的产品可以重点去了解; 对于国际市场较为流行的产品, 可以亲自去产地了解, 包括材料、做法、销售策略等。

2? 销售市场采集 市场包括国内市场和国外市场, 国内和国外销售市场主要包括大型的商场、百货公司以及各种交易会、展览会等。

可以选择比较有特色的, 销售情况较好的产品, 选购下来作为样品, 对于国内市场采集较为方便, 而对于国外市场可以通过网络进行搜集并通过快递的方式获取, 也可以亲自去国外市场调查, 但成本较高。

(四) 客户选择及建立业务关系 客户是我们的交易对象。

选择恰当的客户对出口业务至关重要, 如何做出正确的选择, 是每个出口商应该学习的功课。

在做出选择之前, 需要对客户进行充分的调查。

1? 对客户进行调查研究 对客户进行调查研究, 包括以下内容: (1) 政治背景情况 主要是指企业的政治背景、与政界的关系、企业负责人参加的党派及对外国的政治态度等。

(2) 资信情况 客户的资信包括企业的资金和信用两个方面。

资金是指企业的注册资本、实交资本、公积金、其他财产以及资产负债的情况等。

(3) 经营范围 主要是指企业经营的商品类别、企业的性质(实用户或中间商、专营商或兼营商等)。

(4) 经营能力 主要是指企业的活动能力、销售的渠道、贸易关系、经营做法以及经营历史长短等。

全面地了解客户的上述情况, 对于拓展国外市场扩大经营效果都是十分重要的。

对客户的调查工作, 一般可以通过银行调查, 这是最常见的一种方法。

在我国, 一般是委托中国银行办理。

中国银行根据各进出口公司的要求, 通过其国外的分支机构或其他往来银行在当地进行调查; 其次, 通过有关国家的工商团体和征信机构调查, 国家的工商团体如商会、贸易协会等一般都接受委托, 调查所在地厂商的情况。

委托我国驻外机构就地调查和通过在业务往来活动中对客户进行实际考察所获得的材料, 一般都比较具体可靠, 对业务的开展有较大的参考价值。

同时, 从各兄弟进出口公司之间定期交流的客户资料, 以及在发生重大情况时的临时通报中, 可对客户的情况有更全面的了解, 有利于做到互相配合、统一对外。

此外, 外国出版的企业名录、厂商年鉴等刊物对了解客户的经营范围和活动情况也有一定的参考价值。

。

2? 建立业务联系 寻找到国外买家公司名称和联系方式后, 就可以开始与供应商建立关系了。

<<服装出口贸易实务>>

在实务操作中通常是通过函电或邮件的方式建立关系。

有条件的企业也会派出代表直接到国外与国外买家接洽。

如何写好建立业务关系的信函：（1）说明信息来源，即如何取得对方的资料 如上一节所说的，进口商要想与从未接触过的供应商建立业务关系，必须先通过各种途径获取与之进行业务联系的相关基础资料。

进口商在首次发函与出口商进行联系时，一般有必要告知对方其信息来源的途径。

（2）进行自我介绍 所有的交易都需要建立在贸易双方相互了解和信任的基础之上。因此，在发展业务关系之初，对自己公司进行简要的介绍，是引起对方注意，促使双方建立业务关系的前提。

自我介绍可以包括对本公司性质、业务范围、服务宗旨等基本情况的介绍以及对公司某些相对优势的介绍，例如，外贸经验丰富、长期稳定的需求量、广泛的销售网络等。

（3）表明致函目的 致函目的是去函要表达的核心内容，一般说来主动联系进口商，总是以扩大商品来源渠道，建立长期业务关系为目的。

在建立业务关系的函电中，进口商一般会直接表达建立业务联系的愿望，并探求双方开展业务往来的可能性。

有时，在对双方开展业务往来持乐观态度的情况下，进口商会直接向出口商索要商品目录、价格单、样本或样品等，以便进一步地了解对方的产品，并在此基础上做出采购决策。

若进口商已经掌握了有关拟购商品的详细资料，还可以进一步说明该商品在目标市场的需求状况和市场前景，进而直接要求出口商就其指定产品报价并询问相关的贸易条件，从而实际上成为进口商所做的一个询盘。

（4）激励性结尾 信函结尾部分通常会写上希望对方给予早日答复，期待与对方合作并致以谢意的语句。

同时，进口商还可以进一步表达开展业务往来的诚恳愿望并告知对方自己的信用状况及进行调查的途径。

当决定向某潜在客户发建交函时，由于该客户对企业的初步了解完全来自这封建交函，因此信中一定要包含有企业的全称、详细地址、联络方式，以便于日后的联系，最好使用印有企业中英文名址及联络方式的行头纸来写信。

.....

<<服装出口贸易实务>>

编辑推荐

项目式编写方式，出口交易前准备，出口价格的核算，标的条款的磋商，运输和保险条款，支付条款的磋商，检验及其他条款，出口合同的签订，出口合同的履行，出口业务的善后。

<<服装出口贸易实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>